

вірять, більше покладаються на взаємну інформацію. Соціальний контроль за бізнесом через владу ЗМІ та горизонтальне злиття є набагато ефективнішим. Попереднє покоління, як головний мотив створення підприємства, вказало прибуток. З поточної точки зору, здається, що ключовою цінністю є можливість самовизначення, на відміну від обмежень корпоративного світу. Я думаю, що це буде посилюватись і перетворюватись на важливий мотив для створення власного бізнесу. Можна уявити конфлікт поколінь між зрілим і молодим бізнесом як щось дуже продуктивне. Це вносить певну ферментацію, тому що стабільність - це добре, але деякі інновації також важливі для світової економіки.

СТВОРЕННЯ СТАРТАПІВ НА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Канд. екон.наук, проф. Матросова В.О., проф. Долина І.В., доцент Проскурня О.М.
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Туристичну індустрію України слід розглядати як одну з найголовніших галузей в господарстві. Але якщо аналізувати Україну, можна зробити висновок, що туризм знаходиться на досить низькому рівні і нагально потребує інноваційного розвитку. На країні бувшого СРСР та України в загальному припадає 2 % світового попиту [Силаєва]. Аналізуючи динаміку розвитку туризму в Україні за останні десятиріччя, немає сумніву в необхідності підвищення ефективності управління даною сферою. Територія України має всі передумови для розвитку туризму, а саме наявність багатих природних та рекреаційних ресурсів.

У доповіді висвітлено проблемні питання фінансування і розвитку туристських стартапів на сучасному етапі в умовах європейської інтеграції. Поняття стартап означає будь-який проект, суть якого полягає в певній нестандартній і оригінальній ідеї, подібній до якої ще немає в мережі Інтернет або в сфері технологій. Стартап досить часто є рентабельним і вигідним об'єктом інвестування грошових коштів, проте також часто він може бути дуже ризикованим. Оскільки особливістю стартапів є майже повна відсутність операційної діяльності, на основі якої можна було б зробити висновки про рентабельність і перспективи підприємства, головне для інвесторів - отримати чітке уявлення про суть і конкурентоспроможність інновації. В цьому дослідженні автори під туристичним стартапом розуміють проект, орієнтований на продаж квитків на транспорт, пов'язаний з подорожами, або номерів в готелях, або того й іншого, а також традиційні проекти з продажу туристичних путівок.

Туризм, як жодна інша галузь, ефективно сприяє розвитку малого та середнього підприємництва, оскільки саме на невеликі компанії доводиться в середньому більше 70% всіх зайнятих в туризмі. Туристичний бізнес - це сфера дрібного і середнього підприємництва, тому методи і способи ведення бізнесу можуть бути динамічними, але ефективним є тільки той стиль, який визначає значний прибуток і прогресивний розвиток фірми.

Слід відзначити, що в ході проведення діагностики інноваційного потенціалу туристичного підприємства та можливостей створення на його базі стартапу виникає ряд проблем. Основна проблема пов'язана з недостатністю необхідної аналітичної інформації. Існування цієї проблеми викликано відсутністю діючого механізму статистичного обліку інноваційної діяльності підприємств різних галузей. Так на сьогодні тільки для промислових підприємств передбачається звіт з форм: №1-інновація "Обстеження технологічних інновацій промислового підприємства" та №2-інновація "Інноваційна активність підприємств". Але цього недостатньо для ретельного аналізу. Для туристичного підприємства зовсім не передбачається ніякої статистичної звітності з інноваційної діяльності, що ускладнює проведення аналітичного обстеження цього напрямку діяльності торгових підприємств. Слід відмітити, що на більшості досліджуваних туристичних підприємств в управлінському і фінансовому обліку не

виділяються дані з інноваційної діяльності, що також ускладнює діагностику інноваційного потенціалу та можливостей створення на його базі стартапу.

Друга проблема пов'язана безпосередньо з оцінкою інноваційного потенціалу. Слід зазначити, що подібний аналіз досить складний і трудомісткий. Складність розглянутої проблеми полягає в тому, що оцінку окремих елементів інноваційного потенціалу неможливо здійснити кількісно і в цьому випадку застосовується метод експертних оцінок, який базується на суб'єктивних думках експертів і не супроводжується традиційними розрахунками.

Підводячи підсумки, доцільно зауважити, що ефективне управління сферою венчурного підприємництва в сфері туризму повинно мати на меті не лише розвиток туристичного ринку, як сфери економічних відносин між суб'єктами туристичної діяльності, а й формування передумов для підвищення рівня життя населення, створення нових робочих місць, збільшення надходжень до бюджетів, активізації підприємницької діяльності. Здійснення вищевказаного можливо за рахунок туристичної політики держави, яка реалізує управлінський вплив відповідних органів державної влади через адміністративні, організаційно-правові, соціальні та економічно-фінансові методи та заходи.

Література:

1. Силаева А.А. Проблемы развития туристских стартапов на современном этапе: финансовый аспект // Сервис в России и за рубежом. 2014. №9 (56). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-razvitiya-turistskikh-startapov-na-sovremennom-etape-finansovyy-aspekt> (дата обращения: 04.05.2019).
2. Кобелева Т.О. Організаційна структура комплаєнс на промисловому підприємстві // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 47 (1323). – С. 121-127.
3. Кобелева Т.О. Розробка рекомендацій по формуванню інтегрального показника комплаєнс-безпеки промислового підприємства // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 48 (1324). – С. 46-52.
4. Марчук Л.С. Методики розрахунку інтелектуального потенціалу підприємства // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 95-101.
5. Перерва П.Г., Кравчук А.В. Ефективність як економічна категорія // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 137-143.
6. Перерва П.Г. Економіко-організаційні засади інноваційної та інвестиційної діяльності підприємства // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 45 (1266). – С. 51-55.
7. Перерва П.Г., Марчук Л.С. Інтелектуальний потенціал як економічна категорія // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 53-63.
8. Перерва П.Г. Інформаційна діяльність підприємства: управлінська, цінова та маркетингова складові // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2018. - № 37(1313).- С. 27-32.
9. Перерва П.Г., Косенко А.В., Кобелева, Т.О., Маслак М.В. Системний підхід до дослідження цінкових, маркетингових, інвестиційних та інноваційних характеристик трансферу технологій промислової продукції // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С. 121-126.
10. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Управління маркетингом інноваційної продукції на засадах життєвого циклу товару // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2016. – № 28 (1200). – С. 26-30.
11. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Якість інноваційної продукції як складова маркетингової політики та конкурентоспроможності підприємства // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2016. – № 28 (1200). – С. 70-74.
12. Перерва П.Г., Косенко А.В., Маслак М.В., Матросова В.О., Долина І.В. Розвиток організаційно-економічного механізму управління розвитком індустрії туризму та гостинності // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 48 (1324). – С. 121-127.
13. Перерва П.Г.; Косенко О.П., Ткачова Н.П.; Ткачов М.М. Формування конкурентного, інтелектуального і маркетингового потенціалу інноваційного підприємства // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ

"ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 36-40.

14. Перерва П.Г., Косенко А.В., Маслак М.В., Матросова В.О., Долина І.В. Формування управлінської, маркетингової та інноваційної політики на підприємствах туристичної індустрії // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки): зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 47 (1323). – С. 114-120.

15. Pererva P.G., Kobielieva T.O. The formation of anti-crisis program of the industrial enterprise based on innovative monitoring // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки). : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 48 (1220). – С.41-44.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Канд. екон. наук, викл. Мельникова Н.В., ст. гр. ПТ-11 Ветчинкін О.С.
Харківський національний університет будівництва та архітектури

Актуальність застосування процесів інтеграції не викликає сумніву, оскільки вони характеризують стан і розвиток сучасної економічної системи. Дослідження процесів інтеграції вивчається науковцями в різних дисциплінах, оскільки вони описують усі сфери діяльності сучасної світової громади. Погляди більшості науковців щодо сутності інтеграції співпадають в наступних характеристиках: ці процеси дійсні, масштабні і об'єднуючі для всіх народів планети.

У загальному вигляді назва процесу інтеграції походить від латинського слова «integratio» – відновлення, заповнення. Вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти трактують «інтеграцію», як логічне поняття, що означає стан пов'язаності окремих диференційованих систем і функцій системи, організму в цілому, а також процес, що веде до такого стану [1-5]

На рівні ж окремих суб'єктів господарювання інтеграцію краще розглядати як коаліційне об'єднання діяльності деяких функцій підприємств при збереженні ними юридичної та, частково, економічної самостійності [1, 2, 5].

Інтеграція – категорія, яка відображає процес обміну товарами, послугами, капіталом та робочою силою, що виходить за межі кордонів країни, і набуває форм постійно зростаючого міжнародного змішання національних економік. Завдяки застосуванню інтеграції у економічній, культурній, політичній, інформаційній та інших формах, що призвело до появи індикаторів її кількісної оцінки, які сьогодні широко застосовуються у світовій практиці.

Отже, аналіз існуючих показників проявів інтеграції, методологія їх оцінювання, пошук і побудова нових індикаторів євроінтеграції є актуальним науковим завданням, якому присвячена ця робота.

Вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти європейську інтеграцію розподіляють за наступними ознаками: розташуванням, періодами часу і типами рушійних сил, трансакційними витратами і наслідками. Ці різні характеристики можуть бути використані для визначення відмінності між європейською інтеграцією та глобалізацією.

Крім вище перерахованих ознак, виділяють наступні: процес європейської інтеграції, в першу чергу стосується усунення політичних, соціальних і економічних бар'єрів між європейськими країнами - від створення безкоштовної торгової зони до завершення створення єдиного ринку для всіх країн-членів ЄС.

В літературі застосовуються в основному наступні індекси процесу європейської інтеграції (індекс ЄЦБ) і процесу глобалізації (індекс EFW, КОФ індекс, індекс AT Kearney, індекс CSRG, і інші), які являються найбільш точними показниками, що характеризують економіку. Проте, ці показники мають деякі недоліки:

по-перше, деякі з них включають в себе поєднання субіндексів, які частково пов'язані з рушійними силами, частково із наслідками процесу інтеграції;